

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Antarbudaya

Para peserta yang terlibat dalam program *AIESEC Sawasdee 27* berasal dari berbagai negara yang latar belakang budayanya berbeda, perbedaan latar belakang budaya tersebut tentunya mempengaruhi komunikasi diantara mereka. hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan DeVito (1997:47), bahwa budaya atau kultur mempengaruhi setiap aspek dalam pengalaman komunikasi.

budaya dan komunikasi adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. dalam kebudayaan, ada sistem dan dinamika yang mengatur cara pertukaran simbol-simbol dapat dapat dilakukan (liliweri,2004:21). kebudayaan yang berbeda memiliki sistem dan dinamika yang berbeda pula dalam mengatur simbol-simbol dalam komunikasi. Samovar&Porter (1991:48) menyatakan “budaya adalah dasar dari komunikasi, jika budaya berbeda, maka praktik komunikasi juga berbeda”.

Larry A Samovar dalam bukunya *Communication between Cultures* (2010:13) komunikasi budaya adalah bentuk komunikasi yang melibatkan interaksi antara orang-orang yang persepsi budaya dan sistem simbolnya cukup berbeda dalam sebuah komunikasi. Terjadinya kounikasi antarbudaya apabila komunikator dan komunikan berasal dari budaya atau bangsa yang berbeda.

a. Elemen-Elemen dalam Komunikasi Antarbudaya

Samoar & porter (1991) menyimpulkan bahwa terdapat tiga elemen penting dalam komunikasi antar budaya, yaitu :

- Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang menyeleksi, mengevaluasi, dan merangkai stimuli dari luar diri seseorang. Persepsi cultural dipengaruhi oleh kepercayaan, nilai, dan sistem yang mengatur sikap seseorang

- Proses verbal

Proses verbal mengarah pada bagaimana kita berbicara kepada orang lain melalui kata-kata, dan juga proses berpikir dalam diri atau komunikasi intrapersonal.

- Proses non-verbal

Proses non-verbal mengarah pada penggunaan tanda-tanda non-verbal seperti berbagai gerakan tubuh, nada suara, ekspresi wajah, maupun jarak fisik ketika berkomunikasi. Tanda-tanda non-verbal berbeda maknanya sesuai dengan budaya yang melatarbelakanginya.

b. Hambatan-Hambatan dalam Komunikasi Antarbudaya

Porter & Samovar (1991) mengidentifikasi beberapa hambatan dalam komunikasi antarbudaya. Hambatan-hambatan tersebut adalah:

- Pencarian kesamaan

Dalam komunikasi, seseorang cenderung memilih orang-orang yang ia anggap memiliki kesamaan dengan dirinya. Hal ini akan sangat menghambat komunikasi antarbudaya karena pada dasarnya orang-orang yang dia anggap memiliki kesamaan dengan dirinya. Hal ini akan sangat menghambat komunikasi antarbudaya karena pada dasarnya orang-orang dari budaya yang berbeda cenderung memiliki perbedaan yang lebih besar.

- *Uncertainty reduction*

Dalam hal ini, kesulitan mendapatkan informasi yang akurat tentang orang dari budaya lain yang dihadapi dalam berkomunikasi menjadi penghambat komunikasi antarbudaya. Jika tidak memiliki secara cukup informasi yang dimaksud, *uncertainty reduction* akan sulit dilakukan

- Keragaman cara dan tujuan komunikasi

Setiap orang memiliki perbedaan cara dan tujuan komunikasi. Terutama apabila orang-orang yang berada dalam komunikasi berbeda budaya. Dalam

komunikasi antarbudaya, hal ini sangat erat kaitannya dengan pembahasan HCC dan LCC. Kedua budaya ini memiliki perbedaan cara dan tujuan komunikasi yang begitu besar. Hal ini merupakan salah satu hambatan dalam komunikasi antar budaya.

- *Withdrawal*

Withdrawal diartikan sebagai penarikan diri dari masyarakat. Dalam konteks komunikasi antarbudaya, seseorang yang gagal berkomunikasi antarbudaya akan sangat mungkin menarik diri dari kelompok budaya lain dimana dia sedang terlibat didalamnya.

- Etnosentrisme

Etnosentrisme adalah kecenderungan untuk mengevaluasi nilai, kepercayaan, dan perilaku budaya sendiri sebagai lebih baik, lebih logis, dan lebih wajar daripada dengan yang diyakini oleh budaya lain. Seseorang yang etnosentris tidak dapat menerima perbedaan budaya, tidak dapat mengakui bahwa setiap budaya memiliki keunikan tersendiri. Hal ini akan sangat menghambat proses komunikasi antarbudaya.

- Stereotip dan prasangka

Stereotip adalah penilaian subjektif terhadap suatu kelompok yang didasarkan pada pengalaman seseorang terhadap kelompok atau anggota kelompok itu sendiri, serta berdasarkan segala informasi yang dimiliki oleh kelompok tersebut. Penilaian ini cenderung bersifat negatif. Prasangka atau *prejudice* adalah dugaan subjektif terhadap suatu kelompok berdasarkan informasi yang tidak lengkap dan juga sangat mungkin tidak tepat, bahkan tidak berdasarkan pengalaman nyata. Kedua hal tersebut sangat menghambat proses komunikasi antarbudaya.

2.2 High-Culture Context (HCC) dan Low Culture Context (LCC)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, HCC dan LCC merupakan salah satu orientasi untuk mengamati perbedaan dan persamaan budaya dalam komunikasi. Orientasi yang telah dikonseptualkan oleh antropolog budaya, Edward T. Hall.

HCC digunakan oleh penduduk asli di negara Asia, Amerika Indian, dan Amerika Latin. Dalam HCC pesan yang dikomunikasikan memperhatikan konteks komunikasi. Pengkomunikasian pesan tidak harus dengan verbal atau kata-kata, tapi juga dengan kesimpulan, gerakan, bahkan keheningan, segala bentuk komunikasi non-verbal. Didalam HCC, makna sebuah pesan lebih bergantung pada konteks pesan dari pada konten pesan itu sendiri. Sehingga komunikasi dalam HCC lebih mementingkan konteks daripada konten. Hal itu menyebabkan pesan terkadang disampaikan secara tidak langsung atau implicit.

Sedangkan dalam LCC, pesan disampaikan secara langsung atau eksplisit. Penyampaian pesan lebih banyak disampaikan secara verbal daripada nonverbal, karena bagi orang-orang LCC pesan verbal banyak mengandung informasi. Berbeda dengan HCC, dalam komunikasi LCC konten lebih penting daripada konteks. Negara-negara yang menggunakan LCC adalah negara-negara Amerika Utara dan Eropa.

Stella Ting Toomey (dalam buku Rini Darmastuti 2013:121-122) memberikan gambaran tentang perbedaan *High* dan *Low Culture Context* dalam sebuah tabel seperti sebagai berikut :

2.2.1 Gambar 1. High Culture Context (HCC) dan Low culture Context (LCC)

High Culture Context (HCC)	Low Culture Context (LCC)
<ul style="list-style-type: none"> Prosedur pengalihan informasi lebih sukar 	<ul style="list-style-type: none"> Prosedur pengalihan informasi menjadi lebih gampang
Persepsi terhadap isu dan orang yang menyebarkan isu	
<ul style="list-style-type: none"> Tidak memisahkan isu dan orang yang mengkomunikasikan isu 	<ul style="list-style-type: none"> Memisahkan isu dan orang yang mengkomunikasikan isu
Persepsi terhadap tugas dan relasi	
<ul style="list-style-type: none"> Mengutamakan relasi sosial dalam melaksanakan tugas Social oriented Personal relations 	<ul style="list-style-type: none"> Relasi antar manusia dalam tugas berdasarkan relasi tugas Task oriented Impersonal relations
Persepsi terhadap kelogisan informasi	
<ul style="list-style-type: none"> Tidak menyukai informasi yang rasional Mengutamakan emosi Mengutamakan basa-basi 	<ul style="list-style-type: none"> Menyukai informasi yang rasional Menjauhi sikap emosi Tidak mengutamakan basa-basi
Persepsi terhadap gaya komunikasi	
<ul style="list-style-type: none"> Memakai gaya komunikasi tidak langsung Mengutamakan pertukaran informasi secara nonverbal Mengutamakan suasana komunikasi yang informal 	<ul style="list-style-type: none"> Memakai gaya komunikasi langsung Mengutamakan pertukaran informasi secara verbal Mengutamakan suasana komunikasi yang formal
Persepsi terhadap pola negosiasi	
<ul style="list-style-type: none"> Mengutamakan perundingan melalui human relations Pilihan komunikasi meliputi perasaan dan intuisi Mengutamakan hati daripada otak 	<ul style="list-style-type: none"> Mengutamakan perundingan melalui bargaining Pilihan komunikasi meliputi pertimbangan rasional Mengutamakan otak daripada hati
Persepsi terhadap informasi tentang individu	
<ul style="list-style-type: none"> Mengutamakan individu dengan mempertimbangkan dukungan faktor sosial Mempertimbangkan loyalitas individu kepada kelompok 	<ul style="list-style-type: none"> Mengutamakan kapasitas individu tanpa memperhatikan faktor sosial Tidak mengutamakan pertimbangan loyalitas individu kepada kelompok
Bentuk pesan/informasi	
<ul style="list-style-type: none"> Sebagian besar pesan tersembunyi dan implicit 	<ul style="list-style-type: none"> Sebagian besar pesan jelas, tampak dan eksplisit
Reaksi terhadap sesuatu	

▪ Reaksi terhadap sesuatu tidak terlalu nampak	▪ Reaksi terhadap sesuatu selalu nampak
Memandang in group dan out group	
▪ Selalu luwes dalam melihat perbedaan in group dengan out group	▪ Selalu memisahkan kepentingan in group dengan out group
Sifat pertalian antarpribadi	
▪ Pertalian antarpribadi sangat kuat	▪ Pertalian antarpribadi sangat lemah
Konsep waktu	
▪ Konsep terhadap waktu sangat terbuka atau luwes	▪ Konsep terhadap waktu yang sangat terorganisir

(Sumber : Alo liliwari dalam buku Rini Darmastuti 2013:121-122)

Partisipan dalam program *Aiesec Sawasdee 27* ini diikuti lebih dari dua negara sehingga pengkategorian HCC dan LCC terasa lebih kompleks. Diawal program berlangsung penulis mengamati para peserta tidak langsung dapat berbaur dengan perbedaan konteks, mereka cenderung berkumpul dengan konteks yang sama dengan kebiasaan sehari-hari mereka. Namun hal ini tidak berlangsung lama ketika pembagian kelompok kerja telah dibagikan. Mereka kemudian dapat dengan terbuka berinteraksi dengan peserta yang memiliki konteks berbeda.

2.3 Anxiety/Uncertainty Management Theory

Gudykunst (dalam griffin, 2006:427) mengasumsikan bahwa minimal satu orang dalam sebuah pertemuan antarbudaya adalah orang asing atau *stranger*. Penggunaan istilah stranger mengacu pada orang-orang yang menjalin hubungan yang mana di dalamnya terdapat tingkat keasingan yang tinggi dan tingkat familiaritas yang rendah (Gudykunst&Kim, 1997:26) keasingan yang tinggi dan familiaritas yang rendah bisa muncul karena tidak adanya pengetahuan yang cukup tentang orang yang baru ditemui untuk pertama kali. Pengetahuan yang dimaksud bisa tentang budaya, orientasi nilai, sikap, dan perilaku.

Dalam komunikasi antar budaya di mana *stranger* terlibat di dalamnya, *stranger* tersebut mengalami *anxiety* dan *uncertainty* yang dapat menghambat tercapainya komunikasi efektif. Penelitian yang dilakukan Gudykunst menunjukkan bahwa *anxiety* dan *uncertainty* selalu muncul bersamaan, perbedaannya terletak pada *anxiety* adalah hal afektif atau emosi, sedangkan *uncertainty* adalah hal kognitif.

2.3.1 Anxiety dan uncertainty

Gudykunst (Griffin, 2006: 429), menyebutkan *anxiety* sebagai perasaan khawatir, tegang, takut, atau gelisah atas apa yang mungkin terjadi saat berkomunikasi dengan *strangers*, hal ini lah yang kemudian terjadi pada para peserta AIESEC *Global Volunteer Sawasdee 30* pada awal pertemuan, karena berasal dari berbagai negara yang berbeda dan tentunya memiliki perbedaan cara berkomunikasi pula. *Anxiety* yang dialami biasanya disebabkan oleh adanya prasangka negative terhadap *stranger*. Hal tersebut menyebabkan komunikasi yang terjadi menjadi penuh dengan prasangka atau dugaan-dugaan, misalnya diawal pengenalan para peserta Indonesia (HCC) yang berinteraksi dengan peserta dari USA (LCC) kemungkinan dugaan- dugaan muncul dalam proses awal komunikasi diantara keduanya.

Anxiety selalu muncul dalam setiap peristiwa komunikasi. *Anxiety* akan lebih meningkat ketika berkomunikasi dengan orang asing dalam konteks antar budaya. Berkaitan dengan hal tersebut, setiap orang memiliki tingkat *anxiety* yang berbeda. Jika *anxiety* sangat tinggi, seseorang dapat dipastikan akan kesulitan bahkan tidak mau berkomunikasi dengan orang asing. Seseorang hanya akan menggunakan stereotip dalam memprediksi perilaku *stranger*, padahal stereotip cenderung tidak selalu tepat pada setiap individu. Hal ini menyebabkan prediksi yang dibuat tidak akurat. Sebaliknya, jika *anxiety* sangat rendah, seseorang tidak akan merasakan adrenalin yang memotivasinya untuk berkomunikasi dengan *stranger*.

Sedangkan *uncertainty* diartikan sebagai keraguan atas kemampuan untuk memprediksi hasil dari interaksi dengan *stranger*, termasuk keraguan tentang apa yang telah dilakukan. Berger&Calabrese (Gudykunst&Kim, 1997: 32) menyimpulkan bahwa ada dua jenis *uncertainty* yang muncul ketika berkomunikasi dengan *stranger*.

Yang pertama, keraguan atau *uncertainty* terhadap sikap, perasaan, kepercayaan, nilai, dan perilaku *stranger*. Ketika berkomunikasi dengan *stranger*, seseorang perlu untuk bisa memprediksi perilaku yang akan ditunjukkan oleh *stranger* yang dihadapi. Prediksi yang dibuat berfungsi untuk mengurangi *uncertainty* yang dirasakan. Dengan membuat prediksi tentang perilaku *stranger* yang mungkin ditunjukkan, seseorang dapat menentukan perilaku untuk berkomunikasi dengan *stranger* yang sedang dihadapi.

Yang kedua, *uncertainty* terhadap makna dibalik perilaku yang ditunjukkan oleh orang asing ketika berkomunikasi. Dalam hal ini, seseorang berusaha untuk mengurangi *uncertainty* dengan memprediksi makna yang mungkin sesuai dengan perilaku *stranger* tersebut. Hal ini bermanfaat ketika seseorang ingin memahami perilaku *stranger* sehingga mampu meningkatkan kemampuan untuk memprediksi perilaku *stranger* tersebut pada kesempatan yang akan datang.

Uncertainty selalu muncul dalam setiap peristiwa komunikasi. *Uncertainty* akan lebih meningkat ketika berkomunikasi dengan *stranger* dalam konteks antarbudaya. Sama halnya dengan *anxiety*, setiap orang juga memiliki tingkat *uncertainty* yang berbeda. Jika *uncertainty* sangat tinggi, orang tersebut akan merasa tidak nyaman berkomunikasi dan tidak percaya diri untuk membuat prediksi dikarenakan kurangnya informasi yang dimilikinya tentang *stranger* yang sedang dihadapi.

Jika *uncertainty* sangat rendah, seseorang akan berpikir bahwa perilaku *stranger* akan sangat mudah untuk diprediksi. Seseorang menjadi sangat percaya diri untuk memprediksi perilaku *stranger* karena memiliki informasi yang cukup tentang *stranger* tersebut. Akan tetapi informasi yang dimiliki tersebut tidak selalu menjamin bahwa

prediksi yang dibuat adalah prediksi yang tepat. Ketika seseorang terlalu percaya diri, dia akan sangat mungkin melakukan kesalahan interpretasi terhadap perilaku orang asing kerana dia tidak mempertimbangkan bahwa mungkin saja prediksi yang dibuatnya tidak tepat. Selain itu, ketika seseorang berpikir bahwa perilaku *stranger* akan sangat mudah diprediksi, tidak akan ditemukan hal baru ketika berkomunikasi. Hal ini menyebabkan seseorang tidak memiliki ketertarikan dan tidak termotivasi untuk berkomunikasi.

2.3.2 Anxiety and Uncertainty Management Theory

Gudykunst (dalam Gudykunst&Kim, 1997:32) menyatakan bahawa ketika berkomunikasi dengan orang asing, kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif didasarkan pada kemampuan untuk mengelola *anxiety* dan *uncertainty*. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi *anxiety* dan *uncertainty* seseorang. Beberapa faktor tersebut berupa sosiokultural, psikokultural, dan lingkungan.

Stephan & Stephan (dalam Gudykunst&Kim, 1997:39) menyimpulkan tiga kategori yang mempengaruhi *anxiety* seseorang. Ketiga kategori tersebut adalah hubungan antarkelompok yang telah lebih dahulu terbangun, kesadaran dan pengetahuan antarkelompok, serta faktor situasional.

Hubungan antarkelompok yang telah lebih dulu terbentuk berhubungan dengan seberapa jauh hubungan yang telah terbentuk dan dalam kondisi seperti apa hubungan tersebut terbentuk. Semakin jauh hubungan terbentuk dan semakin jelas norma-norma diantara dua kelompok, maka semakin berkurang lah *anxiety* yang akan dialami. Akan tetapi jika pernah terjadi konflik antara kedua kelompok, maka *anxiety* justru dapat meningkat.

Faktor situasional yang mempengaruhi *anxiety* diantaranya adalah seberapa besar struktur mempengaruhi situasi di mana hubungan terjalin, tipe atau bentuk ketergantungan antarkelompok, struktur kelompok, dan status keluarga atau family.

Seseorang akan dapat mengurangi *anxiety* dalam situasi dimana norma menjadi pedoman berperilaku banginya maupun bagi stranger. Situasi dimana seseorang bekerjasama dengan stranger daripada berkompetisi juga akan menurunkan *anxiety*. Seseorang akan mengalami penurunan *anxiety* apabila kelompoknya merupakan mayoritas, juga apabila statusnya lebih tinggi daripada status *stranger* yang sedang dihadapi.

Gudykunst (dalam Gudykunst&Kim, 1997; 34-35) menyimpulkan beberapa faktor yang mempengaruhi uncertainty. Beberapa factor tersebut adalah: dugaan-dugaan (*expectations*), identitas sosial (*social identity*), persepsi atas kesamaan diantara kelompok sendiri dengan kelompok orang-orang asing, jaringan komunikasi antara seseorang dengan *stranger*, dan beberapa hal interpersonal yang menonjol dalam berkomunikasi dengan *strangers*.

Well-defined expectations atau dugaan-dugaan yang ditentukan dengan baik berdasarkan gambaran yang lengkap tentang *stranger* dan kelompoknya akan membantu mengurangi *uncertainty*. Semakin baik dugaan yang ditentukan, maka seseorang akan semakin percaya diri dalam memprediksi perilaku *strangers* yang dihadapi.

Gudykunst & Hammer (dalam Gudykunst&Kim, 1997; 35) menyatakan bahwa identitas sosial yang kuat dapat mengurangi *uncertainty*. Seseorang dapat menerima bahwa *stranger* berasal dari kelompok yang berbeda, dan juga bahwa *stranger* yang sedang dihadapi memiliki karakteristik yang mungkin berbeda dengan anggota kelompok yang lain.

Banyak sedikitnya kesamaan antara kelompok sendiri dengan kelompok *stranger* juga mempengaruhi kemampuan seseorang dalam mengurangi *uncertainty* (Gudykunst, dalam Gudykunst, 1997;36). Jika seseorang merasa bahwa kelompoknya memiliki kesamaan dengan kelompok *stranger* yang dihadapi, kepercayaan dirinya dalam memprediksi perilaku *stanger* tersebut akan meningkat. Akan tetapi kesamaan yang dirasakan tidak selalu dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam memprediksi

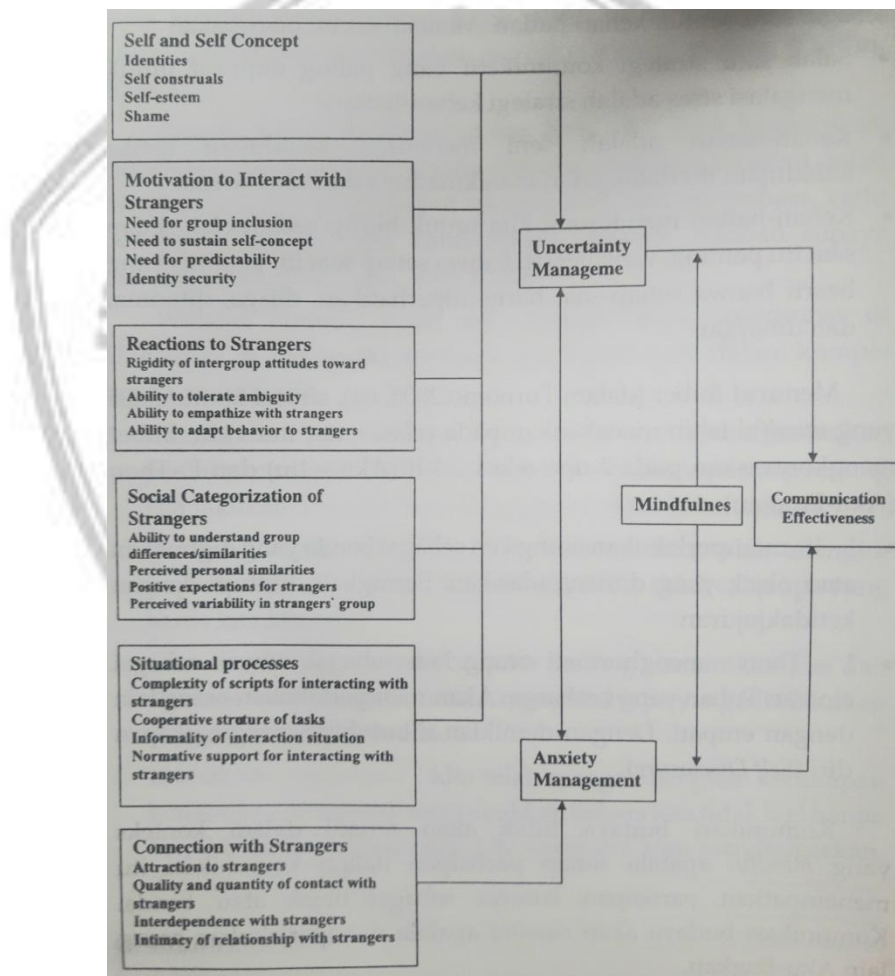
perilaku *stranger*. Hal ini terjadi apabila seseorang merasakan ada persamaan, akan tetapi sebetulnya berbeda, atau merasakan perbedaan tetapi sebetulnya sama. Pengetahuan akan persamaan dan perbedaan diantara dua kelompok sangat dibutuhkan untuk mengurangi *uncertainty*.

Jaringan komunikasi antara seseorang dengan orang asing juga mempengaruhi *uncertainty*. Jaringan komunikasi yang dimaksud adalah ada tidaknya atau seberapa banyak orang lain dimana seseorang tersebut maupun *stranger* tersebut sama-sama mengenal. Selain itu, keinginan untuk membangun hubungan lebih jauh dengan orang asing juga dapat menurunkan *uncertainty*. Ketika seseorang tertarik dengan *stranger* baik secara individual maupun secara sosial, kepercayaan dirinya untuk memprediksi perilaku *stranger* tersebut akan meningkat. Dalam hal ini, pengetahuan tentang budaya dan bahasa akan sangat membantu.

Seperti yang telah disebutkan bahwa para volunteer adalah strangers untuk satu sama lain, hal inilah yang menimbulkan perasaan *anxiety* dan *uncertainty* muncul sehingga di awal pertemuan dan perkenalan pada program para peserta tidak mudah membaca ekspresi maupun maksud tujuan dari peserta lainnya, namun setelah berkenalan dan bekerjasama mereka dapat mempelajari para peserta lainnya.

Gudykunst mengembangkan sebuah teori yang berfokus pada pengelolaan *anxiety* dan *uncertainty* dalam komunikasi antarbudaya. Teori ini dikenal dengan nama AUM Theory (*Anxiety/Uncertainty Management Theory*) . teori ini dikembangkan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi *anxiety* dan *uncertainty*. Berikut ini adalah gambaran proses komunikasi antarbudaya yang *mindfulness*.

2.3.2.1 Gambar 2. Proses komunikasi antarbudaya yang mindfulness



(Sumber: Griffin dalam buku Rini Darmastuti 2013:114)

Enam kotak yang berada di sisi paling kiri dari bagan tersebut memuat 24 aksioma yang dikelompokkan menjadi enam kategori yang berkaitan erat dengan manajemen anxiety dan uncertainty dalam komunikasi, khususnya komunikasi antarbudaya. Ke-24 aksioma dalam tujuh kategori tersebut didasarkan pada pengaruh-pengaruh sosiokultural, psikokultural, dan juga lingkungan terhadap *anxiety* dan *uncertainty*. Ketujuh kategori dan 24 aksioma tersebut adalah:

- *Self concept*, terdiri dari: sosial identitas, personal identitas, *collective self-esteem, shame*
- *Motivation to interact*, terdiri dari: *need for predictability, need for group inclusion, need to sustain self-concept, identity security*
- *Reactions to strangers*, terdiri dari: *emphaty, tolenrance for ambiguity, rigid intergroup attitudes, adapt behavior strangers,*
- *Social categorization od strangers*, terdiri dari: *positive expectations, perceived personal similarities, understanding group differences, perceived variability in stranger group*
- *Situation processes*, terdiri dari: *complexity interacting with strangers, cooperative tasks, informality of interaction situation, normative support*
- *Connection with strangers*, terdiri dari: *attraction to strangers, interdependence with strangers, quality and quantity of contact, intimacy of relationship with strangers.*

2.4 Mindfulness

Seperti yang telah disebutkan, *mindfulness* adalah proses dimana seseorang secara sadar mengelola *anxiety* dan *uncertainty* terhadap oranglain dalam sebuah situasi komunikasi

(Griffin, 2006;431). Komunikasi efektif salah satunya sangat ditentukan oleh apakah seseorang *mindful* atau *mindless* dalam mengelola *anxiety* dan *uncertainty*.

Langer (dalam Gudykunts & Kim, 1997:40) mengatakan bahwa seseorang yang menghadapi sebuah situasi komunikasi yang baru, dengan sadar dia akan mencari isyarat-isyarat untuk menuntunnya berperilaku dan bersikap. Namun, apabila seseorang sudah berulang kali menalami situasi komunikasi yang relative sama, kesadarannya dalam berperilaku akan berkurang atau *mindless*. Dalam keadaan ini, seseorang berperilaku sebagaimana ia diperlakukan pada saat berada dalam situasi yang cenderung sama atau *habitatural*. Gundykust menyatakan bahwa sebuah percakapan yang *mindless* dalam situasi antarbudaya akan meningkatkan ketegangan dan kebingungan. Jika seseorang *mindless* dalam berkomunikasi berarti tidak sepenuhnya memperhatikan apa yang dia katakan dan lakukan.

Langer (gundykust&Kim, 1997;40) menyatakan ada 3 karakteristik dari *mindfulness*, yaitu: membuat kategori-kategori baru, terbuka terhadap informasi baru, dan menyadari akan adanya beragam prespektif.

Kondisi yang membuat seseorang *mindless* dalam berkomunikasi salah satunya adalah kategorisasi atau penggunaan kategori-kategori yang terlalu luas. Hal ini ditujukan kepada orang dihadapi saat berkomunikasi. Kategorisasi biasanya didasarkan pada karakteristik fisik (misalnya gender dan ras), karakteristik *cultural*, sikap, dan gaya atau cara bertahan hidup. Langer (Gundykust, 1997;40) menyatakan bahwa mengkategorisasikan adalah hal yang fundamental dan alamiah dalam kehidupan manusia. Hal tersebut merupakan cara bagaimana seseorang dapat mengetahui tentang dunia sekitarnya dibutuhkan pengkategorisasian yang lebih banyak untuk dapat menjadi *mindful* dalam berkomunikasi. Orang akan cenderung menggunakan kategori-kategori yang telalu luas ketika orang tersebut *mindless* dalam berkomunikasi. Sebaliknya jika seseorang mampu menggunakan kategori-kategori baru yang lebih spesifik dan lebih personal maka orang tersebut *mindful* dalam

berkomunikasi. Semakin banyak variasi kategori yang digunakan seseorang, maka semakin spesifik informasi yang digunakan untuk membuat berbagai prediksi.

Terbuka terhadap informasi baru juga dibutuhkan untuk menjadi *mindful* dalam berkomunikasi, khususnya komunikasi antarbudaya seseorang yang *mindless* akan cenderung menilai sesuatu berdasarkan hal yang sama dengan sesuatu yang pernah dia alami sebelumnya. Jika seseorang secara sadar terbuka terhadap informasi yang baru, dia dapat menyadari perbedaan-perbedaan yang sebenarnya sulit dilihat antara perilakunya dengan perilaku orang yang dihadapinya, meskipun dalam situasi yang sama dengan yang pernah dialami sebelumnya.

Terbuka pada informasi baru berarti fokus pada proses komunikasi yang terjadi, bukan pada hasil (*outcome*) dari interaksi. Ketika seseorang hanya berfokus pada *outcome*, dia pun akan kesulitan menyadari dan memahami isyarat-isyarat tertentu sehingga mengakibatkan terjadinya kesalahpahaman. Berfokus pada proses komunikasi membuat seseorang menjadi *mindful* akan perilakunya dan memperhatikan situasi di mana ia berkomunikasi (Langer, dalam Gudykunst, 1997:41).

Untuk menjadi *mindful* dalam berkomunikasi, seseorang juga dapat mengakui bahwa ada beragam atau lebih dari satu perspektif untuk menciptakan maupun menginterpretasikan pesan dalam suatu situasi komunikasi. Ketika seseorang *mindless*, dia cenderung sulit untuk mengakui beragam perspektif. Pola pikir yang sempit dalam berkomunikasi membatasi kemampuan seseorang untuk berperilaku sesuai dengan situasi yang sedang dia hadapi. Sebaliknya jika seseorang berkomunikasi dengan *mindful*, dia akan dapat berperilaku sesuai dengan situasi yang dia hadapi karena dia tidak merasa terbatas dengan apa yang ada dipikirannya. Dengan kata lain, seseorang yang *mindful* juga mempertimbangkan apa yang dipikirkan oleh orang yang dihadapinya dalam berkomunikasi.

Mengakui keberagaman perspektif diantara orang-orang yang berkomunikasi berarti mengakui bahwa orang-orang tersebut menggunakan perspektifnya masing-masing untuk

menginterpretasi pesan yang dipertukarkan dalam komunikasi. Ketika seseorang *mindless*, dia berasumsi bahwa setiap orang memiliki perspektif yang sama dengan dirinya. Hanya orang-orang yang *mindful* terhadap proses komunikasi yang dapat mengartikan bahwa interpretasinya dengan interpretasi orang lain sangat mungkin berbeda ketika menghadapi sebuah pesan yang sama.

Jandt (dalam Raharjo (ed.), 2005:72) menyebutkan bahwa dalam perspektif komunikasi, komunikasi antarbudaya yang *mindful* membutuhkan empat kecakapan, yaitu : kekuatan kepribadian, kecakapan-kecakapan komunikasi, penyesuaian psikologis, dan kesadaran budaya.

Sifat kepribadian yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya adalah *self-concept* (konsep diri), *self-disclosure* (pengungkapan diri), *self-monitoring* (pengawasan diri), dan *social relaxation* (relaksasi sosial). Konsep diri mengarah pada bagaimana seseorang memahami diri sendiri. Sedangkan pengungkapan diri mengarah pada keinginan individu-individu untuk secara terbuka mengungkapkan informasi tentang dirinya kepada orang lain. Pemantauan diri merujuk pada penggunaan informasi guna mengontrol dan melakukan modifikasi terhadap prestasi diri dan perilaku ekspresif. Relaksasi sosial merupakan kemampuan untuk mengurangi tingkat kecemasan dalam berkomunikasi.

Kecakapan-kecakapan komunikasi antarbudaya mensyaratkan kecakapan-kecakapan yang berkaitan dengan pesan, keluwesan berperilaku, manajemen interaksi, dan kecakapan-kecakapan sosial. Individu-individu perlu memiliki kompetensi dalam perilaku verbal maupun non-verbal.

Kecakapan-kecakapan yang berkaitan dengan pesan mengarah pada kemampuan untuk memahami dan menggunakan bahasa serta memberikan umpan balik. Sedangkan keluwesan berperilaku merujuk pada kemampuan untuk berperilaku sesuai dengan konteks yang berbeda-beda. Manajemen interaksi adalah bagaimana mengelola aspek-aspek procedural dari suatu percakapan, misalnya kemampuan untuk memulai suatu percakapan.

Manajemen interaksi member penekana pada kemampuan untuk berorientasi pada orang lain dalam sebuah percakapan, seperti member perhatian penuh dan bersikap responsive. Kecakapan-kecakapan sosial tampak dalam bentuk rasa empati dan pemeliharaan identitas. Empati adalah kemampuan untuk berpikir dan merasakan sama seperti orang lain. Sedangkan pemeliharaan identitas adalah kemampuan untuk memelihara identitas mitra interaksi dengan mengkomunikasikan kembali pemahaman yang akurat tentang identitas orang tersebut.

Supaya memiliki kompetensi dalam komunikasi antarbudaya, maka individu-individu harus memahami kebiasaan-kebiasaan sosial dan sistem-sistem sosial dari partner interaksi. Memahami bagaimana orang berfikir dan berperilaku merupakan sesuatu yang esensial untuk berkomunikasi budaya secara efektif.

Berdasarkan beberapa teori yang telah dipaparkan diatas, peneliti dapat menentukan unit analisis penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah tiga karakteristik *mindfulness* dan empat kecakapan dalam komunikasi antarbudaya yang telah disebutkan diatas. Dikarenakan tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan upaya-upaya yang dilakukan untuk secara *mindful* mengelola *anxiety* dan *uncertainty*, maka 24 aksioma dalam AUM *theory* juga dijadikan unit analisis.

2.5 AIESEC Global Volunteer

Aiesec merupakan platform global bagi pemuda pemudi untuk mengeksplorasi dan mengembangkan potensi kepemimpinan. Platform ini merupakan organisasi non politik, independen dan nirlaba yang dijalankan oleh mahasiswa maupun lulusan baru lembaga pendidikan tinggi. AIESEC melalui kerjasamanya dengan beberapa universitas di Indonesia dan juga 126 negara lainnya memiliki tujuan mengajarkan kepemimpinan untuk para pemuda dengan untuk mencapai perdamaian dunia baik dari perdamaian berbentuk fisik maupun psikis, dengan harapan semua orang mempunyai jiwa kepemimpinan dan dapat hidup damai berdampingan satu sama lain. Organisasi ini memfasilitasi setiap pemuda untuk

mengajarkan kepemimpinan dengan dua cara, yaitu menjadi anggota organisasi atau dengan mengikuti kegiatan seperti *volunteer* dan *internship* (aiesec.org).

Tujuan dari menjadi anggota dalam organisasi ini adalah belajar bagaimana memahami diri sendiri dan memahami orang lain dalam satu kelompok agar dapat mencapai satu tujuan dari organisasi. Sedangkan pada kegiatan *volunteer* dan *internship* dilakukan bertujuan menghasilkan suatu perubahan positif di tempat yang lebih menantang yakni negara-negara yang telah terdaftar bekerja sama dengan aiesec dengan durasi waktu yang telah ditentukan.

Volunteer atau yang biasa dikenal sebagai relawan adalah seseorang yang dengan sukarela dan tanpa dibayar menyediakan waktu dan kemampuannya untuk tujuan tertentu contohnya dalam bidang kemanusiaan, lingkungan, pendidikan, dan sosial (Yates & Youniss 1999: 36). Dimana kegiatan *volunteer* dalam AIESEC mendukung Tujuan Pengembangan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang merupakan suatu rencana aksi global yang disepakati oleh para pemimpin dunia termasuk Indonesia, guna mengurangi kemiskinan, mengurangi kesenjangan sosial dan melindungi lingkungan. Dalam

2.5.1 Gambar 3. Sustainable Development Goals



(Sumber: *un.org*)

AIESEC memiliki satu proyek sosial yaitu *English teaching*. dalam proyek ini mendukung SGD's nomer 4 yaitu peningkatan kualitas pendidikan, yang mana inti dari kegiatan proyek ini mengajar bahasa inggris kepada murid di *rural area* dari usia 5 sampai 17 tahun. Dengan adanya proyek ini diharapkan bahwa pembelajaran bahasa internasional yaitu bahasa inggris bisa lebih berkembang pada murid-murid yang ada di sana. Kegiatan sosial dari organisasi ini berjalan terus menerus dari tahun 2011 sampai sekarang konsisten untuk dilakukan dan berkelanjutan.

